

Come avere successo in Cronoshare

Scopri il processo utilizzato dai migliori professionisti per ottenere lavoro e clienti



cronoshare

Manuale pratico per professionisti – Edizione 2021 © Cronoshare

Benvenuto nel Manuale Pratico per Professionisti di Cronoshare.

Nelle seguenti pagine andremo a descrivere una serie di consigli da tenere in considerazione nel primo contatto con un potenziale cliente o possibile intervistatore per un lavoro.

La prima impressione è molto importante ed è quindi conveniente che tu disponga di una serie di consigli e di una metodologia collaudata per aumentare e migliorare le tue possibilità di essere contattato e che la tua immagine sia il più professionale possibile.

Nella fase iniziale, se hai intenzione di contattare per la prima volta un cliente e disponi di più forme di contatto (per telefono, e-mail o WhatsApp): chiama il cliente invece di inviarle un'e-mail. In questo modo potrai ottenere un contatto più rapido ed efficace.

Inoltre, quando possibile, contatta telefonicamente nella fascia oraria tra le 9:00 e le 22:00 (rispetta sempre gli orari di chiamata del cliente se lo hanno menzionato nella loro richiesta). Ricorda che prima e dopo quelle ore la chiamata può infastidire il cliente per vari motivi (famiglia, lavoro, ecc.).

Ultimo ma non meno importante, sii educato e paziente. Il cliente potrebbe essere impegnato al momento, ma questo non significa necessariamente che non sia interessato ai tuoi servizi. Chiedile a che ora puoi richiamarlo e lascia un piccolo margine (5-10 minuti) dopo l'ora indicata per richiamare.

Se dopo qualche tentativo telefonico non ottieni il contatto, mandale una mail di presentazione. Nota che alcuni clienti preferiranno il contatto tramite e-mail; in tal caso, rispetta la loro decisione.

A continuazione ti daremo alcuni consigli testati da centinaia di professionisti che collaborano con cronoshare.it, il [marketplace di servizi](#) che mette in contatto clienti e professionisti della stessa zona.

Essere registrato in Cronoshare ti porterà molteplici vantaggi.

Tra questi, uno dei più importanti è che ti invieremo nuovi clienti e offerte di lavoro alla tua email in modo che tu possa iniziare ad aumentare le tue entrate dal primo giorno. Per altri dubbi o domande su Cronoshare, visita il nostro centro assistenza clienti: [VISITA IL CENTRO DI ASSISTENZA AL CLIENTE DI CRONOSHARE](#)

Ci auguriamo che tu possa sfruttare appieno il potenziale che Cronoshare ti offre. L'intero team di Cronoshare lavorerà per te con l'obiettivo di costruire la piattaforma web e mobile di riferimento per professionisti, autonomi e PMI.



Juan Pablo Cloquell
CEO en Cronoshare

Indice dei contenuti

Come avere successo durante il primo contatto.....	4
Metodo di contatto preferito dai clienti.....	5
Come ottenere successo nelle chiamate commerciali	12
Come impostare i prezzi	15
Cosa fare per distinguersi dagli altri professionisti	16

Come avere successo durante il primo contatto

Esistono molti modi per effettuare il primo ed il successivo contatto con il cliente.

Ogni professionista può avere i suoi trucchi e modi di agire. Cronoshare ti vuole fornire alcuni suggerimenti per aumentare le tue possibilità di successo.

Personalizzazione

Usa il nome del cliente quando chiami o invii un' e-mail per aggiungere un tocco personale alla conversazione. Leggi bene la richiesta e i dettagli che gli stessi clienti hanno inserito e comunica che sei un professionista in grado di svolgere il servizio richiesto.

Ogni professionista dovrebbe adattare il proprio messaggio in modo appropriato in base alla situazione e attività richiesta.

Ti mostriamo l'esempio di un messaggio per il settore della pulizia domestica:

Ciao Antonio,

Sono Maria, una collaboratrice di Cronoshare interessata al servizio di pulizia che ha richiesto. Ho più di 10 anni di esperienza nel settore delle pulizie domestiche e ho lavorato a domicilio per più di 15 famiglie (con bambini, animali domestici, ecc.). Nella sua richiesta indica che il servizio sarà settimanale per diverse ore. Sono disponibile negli orari da lei indicati e conosco la zona in cui risiede. Se lo desidera, può visitare il mio profilo per vedere le opinioni degli ex clienti. Sono una professionista precisa, discreta e formale.

Professionalità

I clienti vogliono essere sicuri di scegliere il miglior professionista. Fagli sapere perché sei il candidato ideale per svolgere il servizio. Puoi accennare loro di lavori simili che hai svolto in passato e di come puoi aiutarli finalizzando il servizio richiesto. Quando componi un messaggio, controlla gli errori di ortografia per non fare una brutta impressione.

Ti mostriamo l'esempio di e-mail per il settore delle pulizie domestiche:

Nella sua richiesta indica che possiede i prodotti per la pulizia di casa. Se sono necessari altri prodotti, posso consigliarle le migliori marche per un trattamento professionale. Se è necessario, posso incaricarmi di acquistare personalmente i prodotti mancanti e portarli con me il giorno concordato.

Prezzo

Spiega cosa include il prezzo e cosa non include. Questo aiuta i clienti a conoscere le diverse tariffe in base ai servizi richiesti. Indica se il prezzo del viaggio è incluso o meno, costi extra, eventuali sconti in base alle ore complessive di servizio, ecc. Se il tuo prezzo è alto, meglio

provare a spiegare perché sei più costoso di altri professionisti e quali vantaggi hanno nell'assumerti.

Ti mostriamo l'esempio di una email per il settore delle pulizie domestiche:

La nostra tariffa oraria è di 11 euro e comprende i servizi di pulizia e stiratura. Se includiamo la preparazione del cibo, la tariffa aumenterà a 14 euro all'ora. Il costo per raggiungere il suo domicilio è già incluso.

Indica i prossimi passi a seguire

Alcuni clienti non sanno quali passi intraprendere quando si avvia il servizio. Si consiglia di guidarli e spiegare i passaggi successivi. Fornisci loro il tuo indirizzo email e il numero di telefono e cerca di essere flessibile in tema di orario di chiamata. Se il cliente non ti risponde, chiama o invia una email o un sms dopo qualche giorno con l'invito a contattarti.

Ti mostriamo un esempio di email per il settore delle pulizie domestiche:

Sarei felice di aiutarla a pulire la sua casa. Spero di essere il tipo di professionista di cui ha bisogno e ricordi che può visitare il mio profilo Cronoshare e vedere le opinioni degli altri clienti. Può chiamarmi al numero di telefono 3XXXXXXXXX o rispondere a questa email. Se lo desidera, possiamo fissare un primo colloquio per commentare maggiori dettagli e vedere se il mio profilo le aggrade. In attesa di una sua risposta, la ringrazio per il suo tempo.

Maria.

Metodo di contatto preferito dai clienti

I clienti scelgono in quale forma preferiscono essere contattati dai professionisti, almeno la prima volta che vengono contattati. Anche se abbiamo tutti i recapiti, la sua decisione va rispettata almeno al primo contatto, per fare bella figura.

Questi sono i tre metodi di contatto che i clienti possono selezionare quando desiderano essere contattati da un professionista:

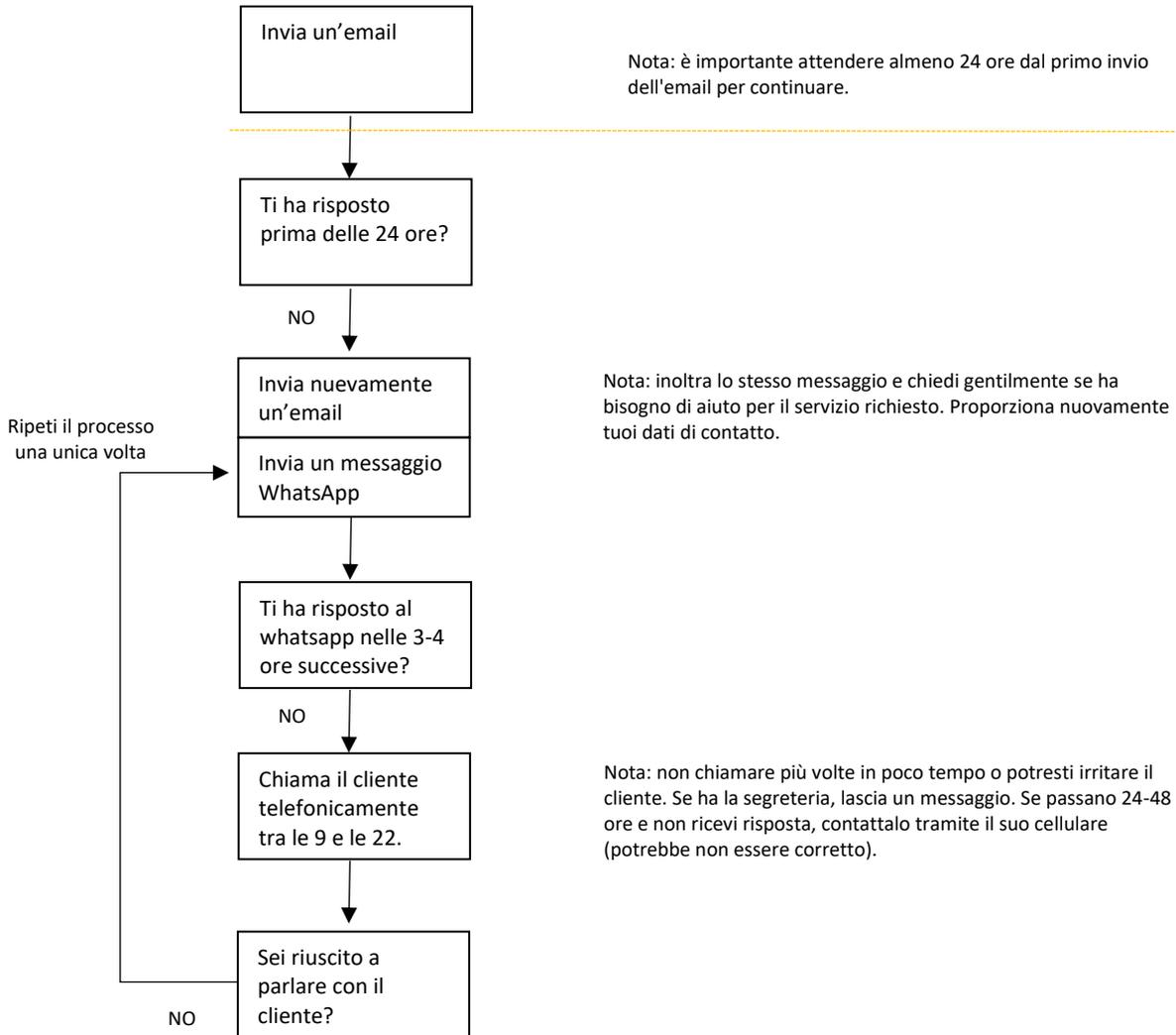
- Email
- Telefono
- WhatsApp

A continuazione ti mostriamo uno schema del modo migliore per contattare secondo il metodo scelto dai clienti.

Queste raccomandazioni si basano su opinioni effettive dei professionisti di Cronoshare dopo aver effettuato un sondaggio su scala nazionale. Rappresentano le migliori tattiche e suggerimenti basati sull'esperienza nell'utilizzo della piattaforma:

Metodo di contatto scelto – Solo email

Segui i seguenti passaggi quando contatti un cliente che ha scelto l'e-mail come metodo di contatto preferito.



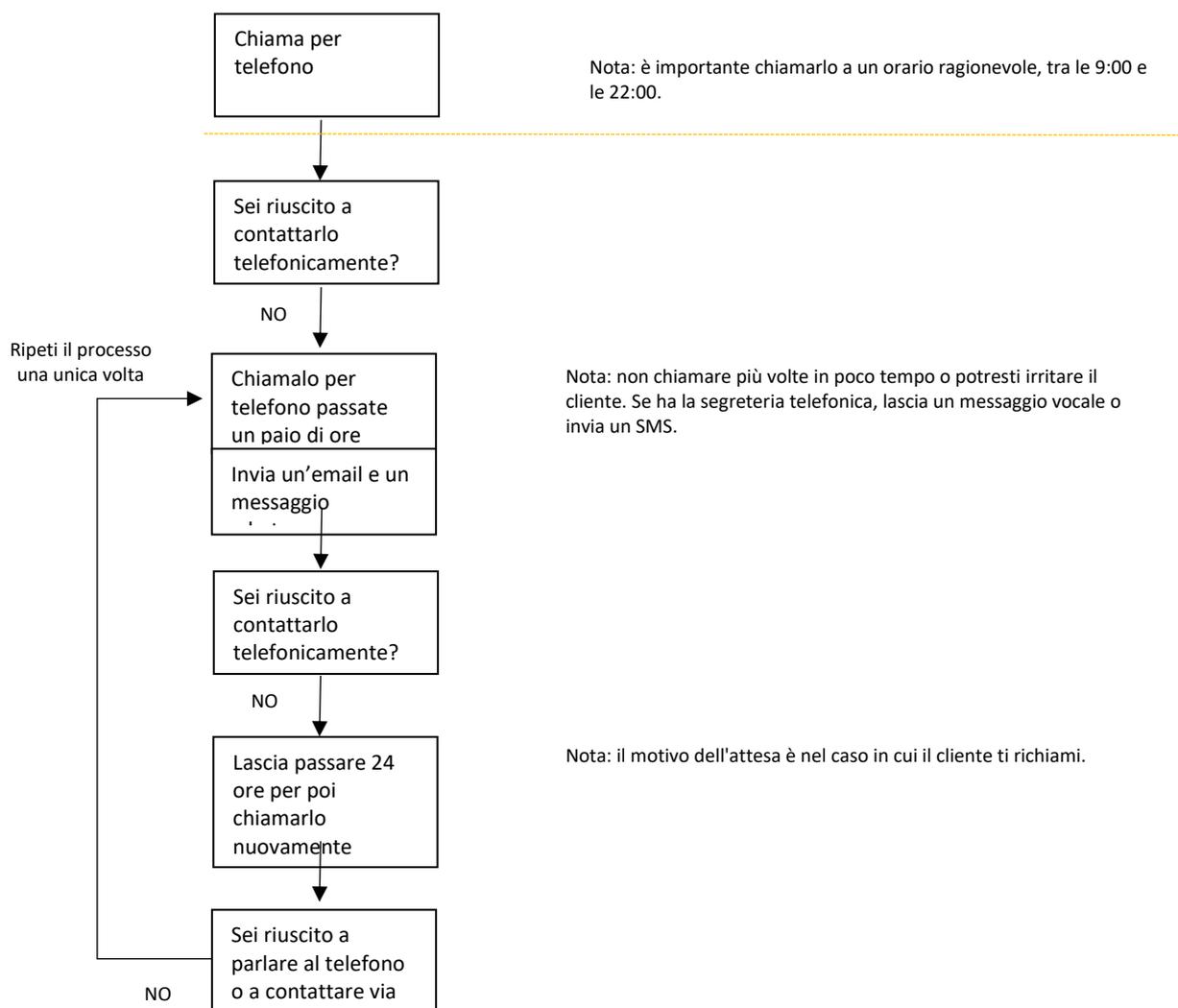
Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

1. Email 
2. Messaggio WhatsApp 
3. SMS 
4. Chiamata telefonica 

Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Metodo di contatto scelto – Solo telefono

Segui i seguenti passaggi quando contatti un cliente che ha scelto il telefono come metodo di contatto preferito.



Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

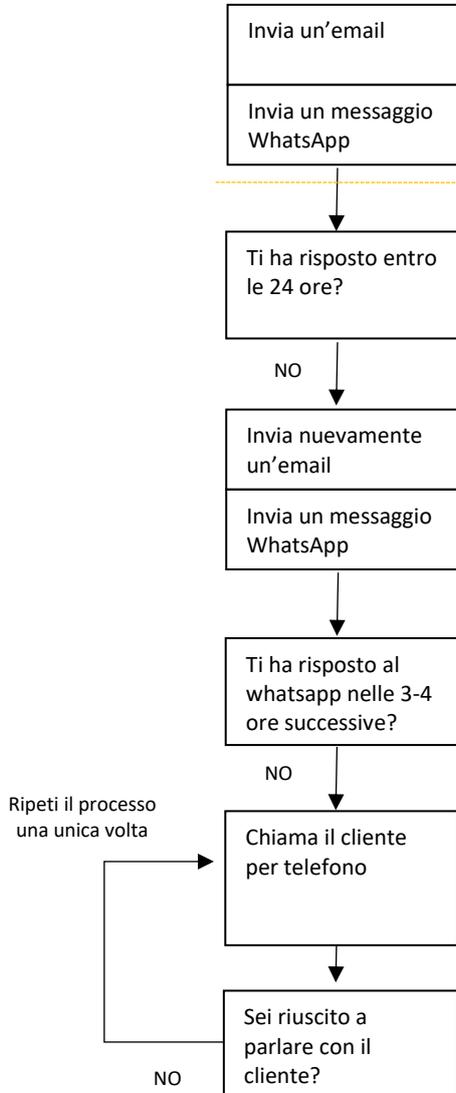
1. Chiamata telefonica
2. SMS
3. Messaggio WhatsApp
4. Email



Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Metodo di contatto scelto - Email e WhatsApp

Segui i seguenti passaggi quando contatti un cliente che ha scelto l'email o WhatsApp come metodo di contatto preferito.



Nota: attendi alcune ore tra le chiamate. Il motivo dell'attesa è nel caso in cui il cliente ti richiami.

Non chiamare più volte in poco tempo o rischi di irritare il cliente. Se ha la segreteria, lascia un messaggio vocale o invia un SMS.

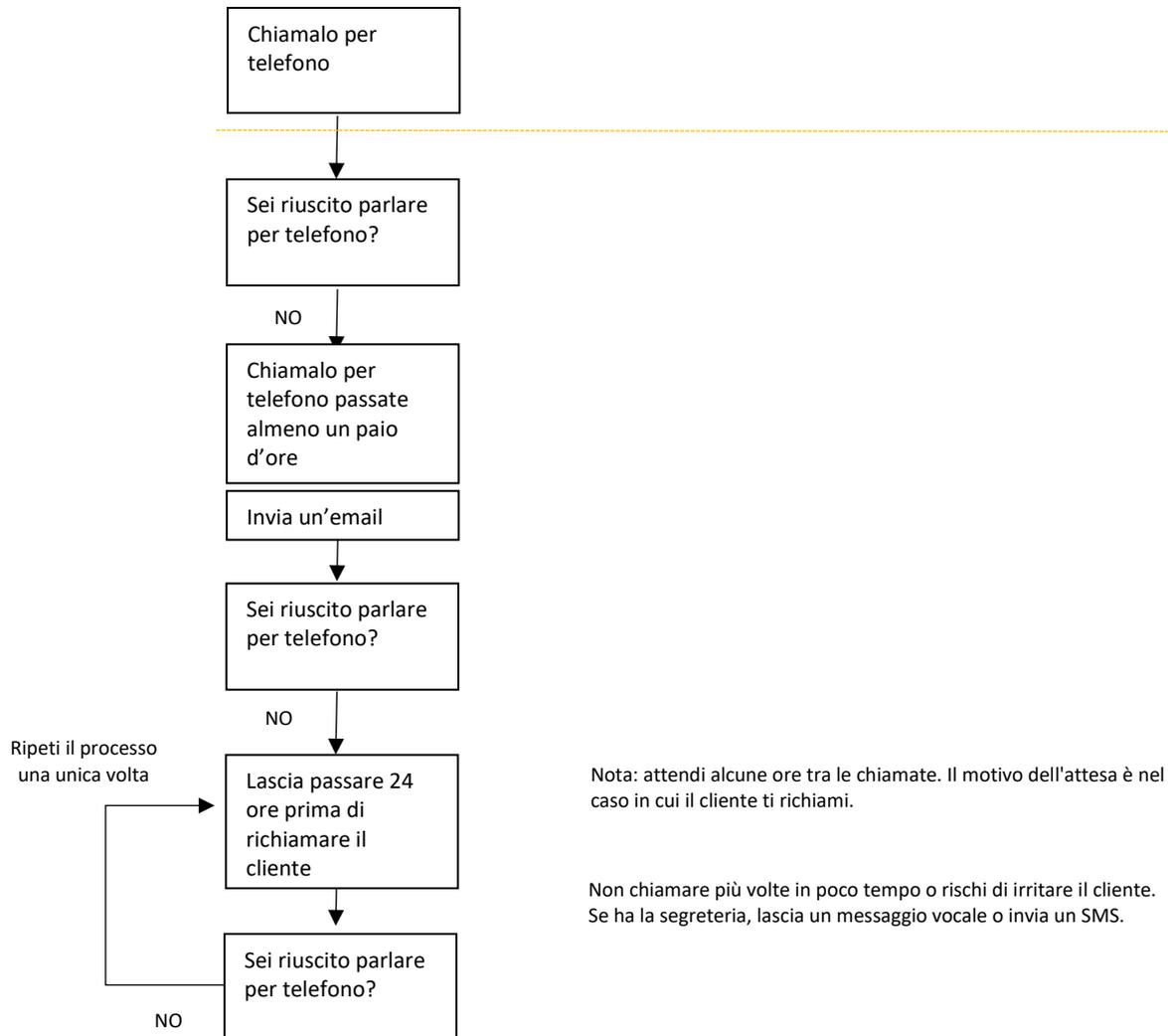
Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

1. *Messaggio WhatsApp* 
2. *Email* 
3. *SMS* 
4. *Chiamata telefonica* 

Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Metodo di contatto scelto - Email e telefono

Segui i prossimi passaggi quando desideri contattare un cliente che ha scelto la email e il telefono come vie di contatto.



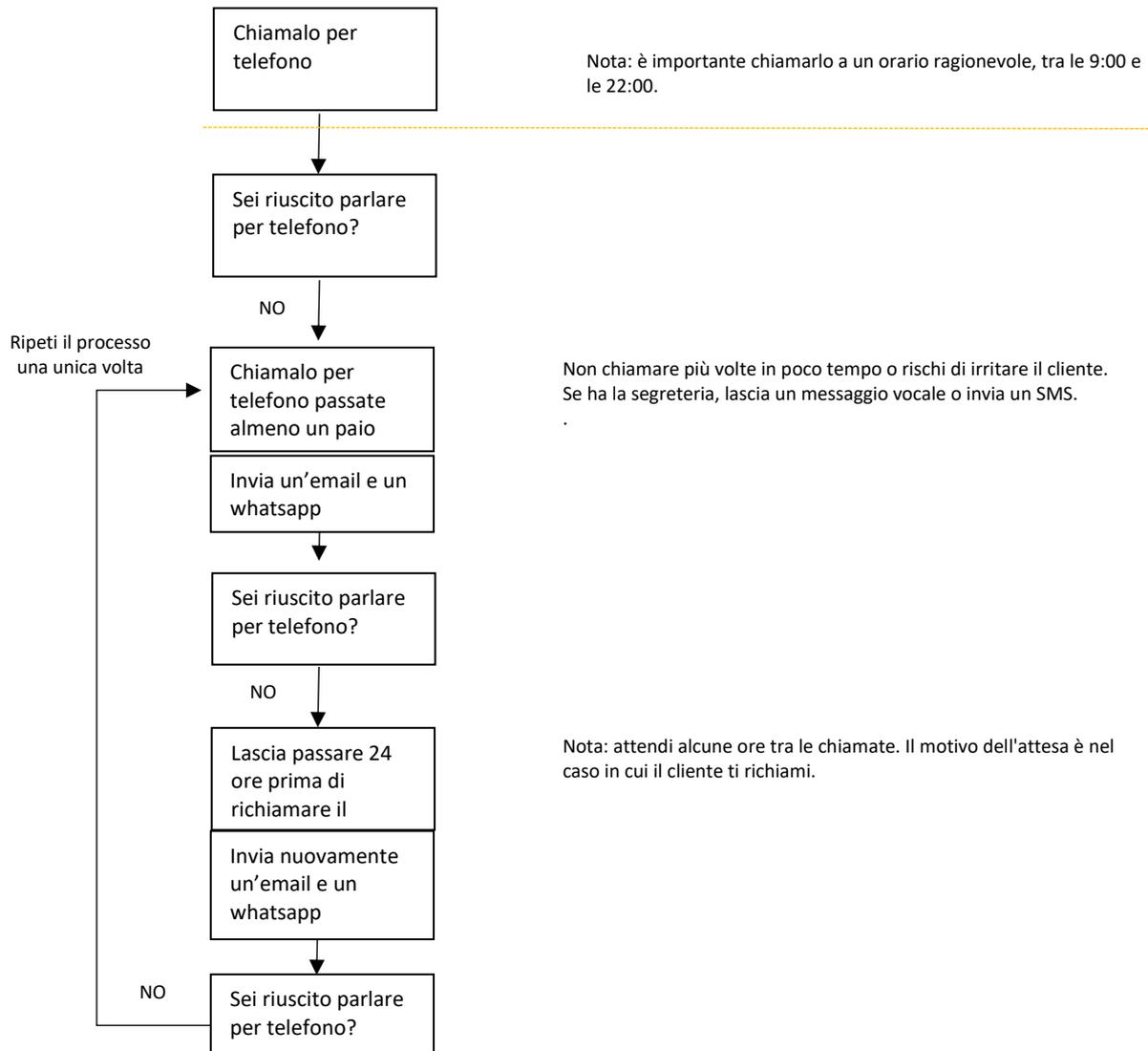
Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

1. Chiamata telefonica 
2. SMS
3. Email 
4. Messaggio WhatsApp 

Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Metodo di contatto scelto - Email, telefono e WhatsApp

Segui i prossimi passaggi quando contatti un cliente che ha scelto email, telefono o WhatsApp come metodo di contatto preferito.



Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

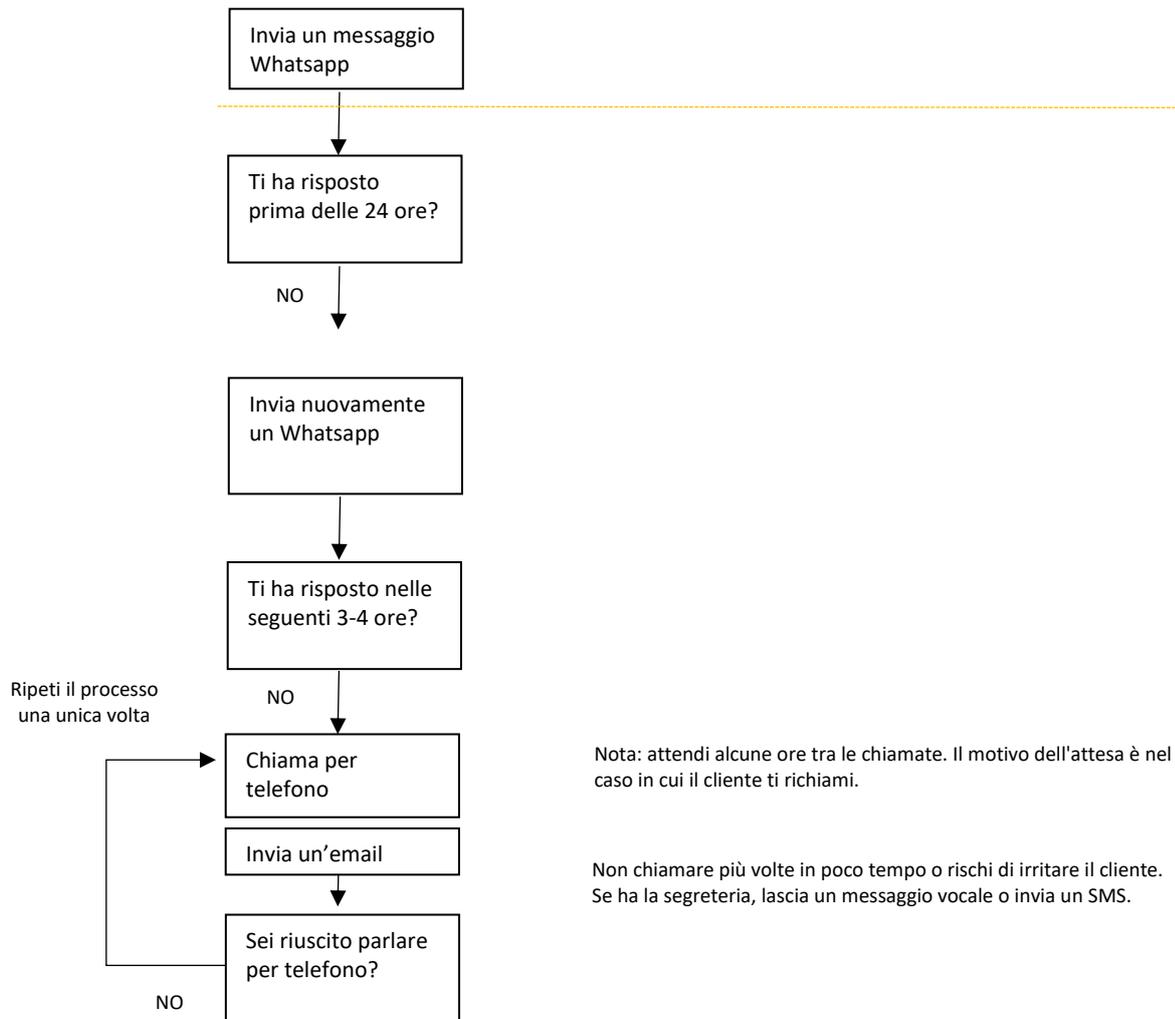
1. Chiamata telefonica
2. SMS
3. Messaggio WhatsApp
4. Email



Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Metodo di contatto scelto - WhatsApp

Segui i prossimi passaggi quando contatti un cliente che ha scelto WhatsApp come metodo di contatto preferito.



Quale metodo di contatto utilizzo per primo per contattare il cliente?

1. *Messaggio WhatsApp* 
2. *Chiamata telefonica* 
3. *SMS*
4. *Email* 

Se le informazioni di contatto del cliente sono errate, visita il nostro [centro di attenzione al cliente](#).

Come avere successo nelle chiamate ai clienti

Come ottenere successo nelle chiamate commerciali

Entra in contatto con il cliente rapidamente

Quando disponi dei suoi dati di contatto, prova a chiamarlo il prima possibile. Ad esempio, immagina il cliente davanti al suo computer, che sta ancora rivedendo la richiesta che ha appena pubblicato pochi minuti fa e riceve la tua chiamata.

La prima impressione sarà... Wow!

Se passa abbastanza tempo dal momento in cui il cliente esprime interesse, il cliente può perderlo o trovare una soluzione altrove.

Lo sapevi che il 67% delle persone che richiedono una richiesta di preventivo seleziona il professionista da contrattare in meno di un giorno dopo aver ricevuto i primi contatti?

Se non riesci a contattare il cliente al primo tentativo di chiamata, prova a chiamarlo in giornata e, se non risponde, prova a chiamare il giorno dopo o in giorni successivi e in orari diversi.

Invia un'email in modo che il cliente sappia che stai cercando di chiamarlo perché potrebbe essere impegnato od occupato al momento della chiamata.

Se il cliente risponde alla chiamata

Generalmente il primo contatto sarà telefonico, quindi il tono di voce, il linguaggio che usate e le sensazioni che trasmettete saranno le chiavi per l'inizio del rapporto professionale. Simpatizzare con il potenziale cliente è essenziale e la psicologia ci dice che abbiamo solo 30 secondi per suscitare il suo interesse. È molto importante leggere la richiesta prima di chiamare il cliente: chiedere alcuni dettagli mostrerà anche interesse e proattività da parte tua.

Ascoltalo; semplice. Fin dalla prima chiamata è importante lasciare che il cliente parli e ti dica e racconti quali sono le sue esigenze. Prendi appunti per ricordare il discorso che hai avuto per poter programmare al meglio il tuo intervento. È importante chiarire che hai prestato loro attenzione e che la loro opinione è molto importante per te.

Se il cliente NON ti risponde alla chiamata

Se alla fine non ricevi più notizie dal cliente, non preoccuparti: è possibile che il cliente non ti risponda perché ancora dubbioso se scegliere te oppure un'altra azienda o professionista. Tuttavia, puoi approfittare di questa situazione.

A meno che non ti dica che non desidera ricevere ulteriori informazioni, puoi continuare a contattarlo e inviargli alcune email con foto e informazioni sui tuoi ultimi lavori, purché siano correlati al lavoro per cui il servizio è richiesto. Ad esempio, se il servizio richiesto è la ristrutturazione di una cucina, puoi inviare informazioni (immagini, prezzi, consigli, ecc.) di una cucina che hai appena finito di ristrutturare e che il risultato finale è stato eccezionale.

Come rispondere alle “scuse” del cliente

Prezzo

"È molto costoso". Dietro questa scusa può esserci il seguente problema: il cliente ha un budget limitato.

Suggerimento: esamina il linguaggio non verbale che il tuo potenziale cliente trasmette quando solleva l'obiezione sul prezzo. È credibile?

Se ti dice che al momento non ha soldi, potresti chiedergli:

"Potresti pagarmi più tardi?", "Ti può interessare la proposta?" Se rispondono di no, è chiaro che l'obiezione è falsa e quindi dovrai continuare a scoprire il vero motivo del rifiuto. Se al contrario dice sì e può ritardare il pagamento, prova a chiudere un pre-contratto (pagamento rateale o altri meccanismi di pagamento, ecc.).

Rendi la negoziazione un'abitudine

Suggeriamo che, sebbene abbassare i prezzi non sia il modo migliore per risaltare il proprio profilo, a volte è l'unica chiave per ottenere un vantaggio sulla concorrenza. Potresti cercare di evitare di ridurre i prezzi in cambio di: piccoli lavori aggiuntivi per il progetto, un altro servizio aggiuntivo a un costo inferiore, ecc. Una diminuzione dei prezzi è una concessione e le concessioni non sono gratuite.

Se hai bisogno di cambiare qualcosa, invece di abbassare i prezzi, puoi aggiungere miglioramenti al servizio fornito.

Insicurezza

In questo caso, per indurre maggiore sicurezza e fiducia nella scelta dei tuoi servizi, potresti offrire garanzie legate al tempo e alla funzionalità.

Potrebbe essere un buon momento per far loro conoscere il feedback positivo che altri ex clienti hanno lasciato sul tuo lavoro sul tuo profilo Cronoshare.

Poco valore percepito

Anche se il cliente cerca di conoscere il prezzo prima di ogni altro dettaglio, non commettere l'errore di mettere i prezzi sul tavolo prima di conoscere le sue esigenze. Rimanda la questione "prezzo" e approfondisci la comprensione delle esigenze del cliente.

Competenza

Non è un buon segno se il cliente crede che la tua offerta o servizio sia esattamente uguale a quello della concorrenza. In questo caso, la tua unica risorsa per differenziarti dalla concorrenza è abbassare i prezzi o migliorare il servizio fornito. Dopo aver inviato la tua proposta telefonicamente, se il cliente non ti risponde dopo diversi giorni, chiamalo nuovamente. Il modo migliore per scoprire quali obiezioni stanno posticipando la tua decisione è effettuare una chiamata o un'e-mail di follow-up.

Come decidere i prezzi per i clienti

Come impostare i prezzi

Quando contatti un cliente, ci sono tre modi principali per indicare le tue tariffe. A seconda del tipo di servizio è possibile indicare un prezzo fisso, un prezzo orario o una richiesta di maggiori informazioni per poter stilare un preventivo personalizzato e corretto.

Servizi con prezzo/preventivo fisso

Fai capire bene al cliente cosa è incluso nel prezzo e intenta in tutti i modi a fornire un prezzo reale e non una stima. Se non vuoi commettere errori al riguardo, imposta un prezzo minimo e indica i servizi extra che farebbero aumentare di prezzo il tuo preventivo.

Servizi con prezzo ad ora

Spiega cosa include la tariffa oraria e se c'è uno sconto in base al numero di ore contrattate. Se ci sono spese o prezzi non inclusi nella tariffa, è importante dettagliarlo nel modo più completo possibile.

Servizi in cui hai bisogno di maggiori informazioni per dare un preventivo adeguato

Se hai bisogno di saperne di più sul servizio (come prendere misure, effettuare un sopralluogo, ecc.), prova a richiedere al cliente le informazioni che ti servono per potergli dare un prezzo o preventivo acorde con il lavoro da realizzare. Ricordati di offrire al cliente una stima del prezzo finale anche se mancano i dati. I clienti solitamente assumono professionisti in grado di dare un'approssimazione di prezzo, anche se è una fascia ampia, in quanto dimostra professionalità ed esperienza.

Comprendiamo che alcuni servizi richiedono analisi e visite in loco per poter dare una stima del prezzo finale. Puoi basarti su vecchi lavori per poter dare un'approssimazione il più realistica possibile. Se ancora non ti ritieni in grado di poter fornire un preventivo approssimativo, sii onesto e spiega le ragioni al cliente. Questo avrà un effetto positivo sul cliente perché ti mostrerai interessato ad aiutarlo e a realizzare un preventivo migliore e personalizzato.

Consigli per essere contrattati rapidamente

Cosa fare per distinguersi dagli altri professionisti

Cosa può fare Cronoshare per aiutarti a trovare nuovi lavori e nuovi clienti nella tua zona?

Ecco i nostri consigli preferiti per migliorare il tuo profilo e aumentare le tue possibilità di essere scelto e assunto dai clienti:

- Completa correttamente il tuo profilo.
- Ottieni opinioni da precedenti clienti e recensioni verificate.
- Fai una buona impressione al tuo primo contatto con i clienti.

Completa il tuo profilo

Il tuo profilo è il primo sito che i clienti visiteranno per saperne di più sulla tua esperienza e sulle tue esperienze con altri clienti. Un profilo completo non solo aiuterà i clienti a conoscerti meglio, ma ti darà anche l'opportunità di far conoscere la qualità del tuo operato, alcune delle tue tariffe, opinioni di altri clienti ... riassumendo: l'opportunità per il cliente scegliere te invece che altri professionisti.

Sei pronto a completare il tuo profilo professionale?

Accedi al tuo account Cronoshare e segui questi passaggi:

- Indica la tua professione e la tua esperienza nel settore.
- Rispondi ad alcune domande sulla tua esperienza e/o attività.
- Aggiungi foto di lavori precedenti.
- Chiedi ai tuoi clienti Cronoshare di scriverti una recensione.
- Chiedi ai tuoi clienti al di fuori di Cronoshare la loro opinione su di te o sulla tua attività.

Richiedi recensioni ai tuoi clienti

Le recensioni sono uno dei fattori che i clienti tengono maggiormente in considerazione quando decidono se assumere un professionista o meno. Abbiamo scoperto che i professionisti con almeno un feedback hanno il 40% in più di probabilità di essere scelti rispetto a quelli senza valutazioni o

recensioni. Se riesci ad avere più di cinque opinioni positive, la probabilità aumenta fino al 75% in più rispetto a quando non ne avevi nessuna.

Come puoi vedere, è una buona idea chiedere recensioni ai clienti attuali e passati (anche colleghi o amici).

Fai in modo che i tuoi clienti generino nuovi clienti richiedendo loro di pubblicare le loro recensioni sul tuo profilo professionale. I tuoi clienti soddisfatti vendono per te: tieni presente che molte persone cercano opinioni prima di decidere su un prodotto o un altro e lo fanno anche (e sempre di più) quando cercano un professionista come te.

Perché è importante che gli altri clienti possano leggere le opinioni degli altri utenti?

Perché in questo modo guadagnerai credibilità. Se avessi buone referenze, ciò aumenterebbe la probabilità di ottenere un altro potenziale lavoro. Chiedi ai tuoi clienti, attraverso il tuo profilo Cronoshare, di valutarti.

Come posso richiedere recensioni ai miei ex clienti?

Leggi l'articolo inerente le recensioni esterne nel nostro centro d'assistenza cliccando su questo link: <https://supporto.cronoshare.it/hc/it/articles/360006120814-Posso-chiedere-valutazioni-a-clienti-esterni-di-Cronoshare->

Provoca una buona impressione nel primo contatto

Come regola generale, i clienti prestano maggiore attenzione ai professionisti che inviano messaggi ben dettagliati e amichevoli, quindi quando si effettua la chiamata o si invia una e-mail è necessario trasmettere una buona impressione, proprio come si vorrebbe fare di persona.

Per ottenere tutto ciò, all'inizio del primo contatto via email e / o telefono dovresti seguire i seguenti suggerimenti:

- Utilizzare il suo nome per rivolgersi a lui/lei.
- Mettiti nella situazione del cliente e mostra interesse a risolvere il suo problema.
- Spiega i tuoi prezzi o chiedi maggiori informazioni per dare un buon preventivo.
- Spiega come puoi aiutare il cliente in base alla tua esperienza.

Sii gentile e rendi le cose facili

Essere professionali è importante, ma a volte essere troppo formali può sembrare impersonale o farti sembrare disinteressato. Tratta ogni cliente come se fosse unico, mostra interesse ad aiutarlo e contattalo nella data o negli orari indicati nella richiesta. Rispetta il modulo di contatto

iniziale del cliente. Se indica che desidera solo contatti via email, qualche motivo ci sarà.

Prezzi trasparenti

Avere il prezzo più basso non significa che il cliente sceglierà te. In molti casi è più ricercato un professionista che possa risolvere il tuo problema e aiutarti; il prezzo non è così importante finché sei all'interno dei prezzi di mercato. Se i tuoi prezzi sono più alti, spiega perché e dai motivi logici per cui sei più costoso di altri, puoi avere tariffe diverse a seconda dei servizi che offri.

Cerca di essere trasparente e non avere prezzi nascosti.

Più contatti crei, più possibilità hai che un cliente accetti i tuoi servizi. Sii coerente e segui i nostri consigli. In media, i professionisti riescono a raggiungere accordi con un cliente su quattro contattato. Ti consigliamo inoltre di inviare messaggi di follow-up per far sapere ai clienti che sei interessato perché a volte la perseveranza, senza essere noiosa o fastidiosa, è il modo migliore per farsi assumere.

Uso di Whatsapp per contattare i clienti



Un'opzione di contatto comoda per clienti e professionisti è tramite app di messaggistica istantanea, come WhatsApp. È semplice, veloce e diretto.

Se contatti tramite WhatsApp, le tue possibilità di ottenere il lavoro aumentano.

Devi solo prendere in considerazione diversi dettagli:

- Se utilizzi il tuo numero di cellulare personale, evita di avere un'immagine del profilo poco seria. Allo stesso modo, lo stato deve essere una frase secondo la tua professionalità e servizio.
- Usa lo stesso script di comunicazione come se il contatto fosse via email, anche se puoi abbreviare i messaggi in modo che il cliente possa leggerli facilmente.
- Chiedi al cliente se puoi inviargli immagini di altri lavori, così li avrà archiviati nella memoria del suo telefono e aumenterai le possibilità di essere scelto.
- Se non puoi inviare immagini, inviale dal sito web del tuo profilo pubblico.

Speriamo che questi suggerimenti ti siano utili ora e in futuro.
Ci vediamo su Cronoshare!